试论大数据时代新闻出版编辑的新素养

摘 要：现阶段是一个大数据发展的时代，尤其是从事新闻出版工作的编辑人员，是出版过程中十分重要的岗位，在以后的发展中势必会因全媒体融合环境的影响而发生变化。本文主要描述了现实生活中新闻媒体应用的案例，并分析了核心思想受大数据信息环境的影响而发生的改变，总结了从事编辑行业所需要的职业道德。
关键词：大数据时代；新闻出版；新闻媒体
中图分类号：G222.1　　文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2017）09-051-02　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2017.09.012

文 / 单一良

由于传统新闻媒体和新兴媒体的之间相互融合、发展，导致了我国新闻出版领域出现了新的变革。从事编辑工作，就必须具有编辑意识和能力，也是编辑工作中的核心，我们必须培养新的职业道德和素养，站在时代发展的前沿。

1. 大数据时代对编辑的要求

1.1 大数据

大数据带来的大量信息时刻影响着人们的生活观念、思想和行为。首先，人们在大数据带来的信息中，找到了新的理念和认知。其次，新的技术手段和思想对新闻出版市场、机构的发展造成了深刻的影响。大数据是新的学术焦点，在我国的信息研究机构中，曾对大数据做过一个总结：大数据说的是只有新处理模式、手段和决策力、判断力和流程优化能力，才能更好地对海量的信息资源进行处理、分析和优化。大数据的真实意义不光在于它的规模大、速度快、种类全等特点，还在于其在空间角度和时间角度上的全面发展，通过多维角度和大范围的数据去分析和解决问题。

1.2 现代编辑

传统编辑主要是指出版社、杂志社、电视台、网络媒体等新闻出版单位等内容的编辑人员，其工作主要是参与对稿件的选题、组稿、审读、加工整理等。随着时代的发展，我国将面临大数据时代，现阶段，编辑有了很多新的特点，像数字化编辑技术，其利用新的媒体技术为基础，通过多角度、多层次和大范围的数据，对以往的关联数据进行删除、完善、整合、分析等的一系列操作，最后再研究和处理问题，进一步提升对客户的服务工作。

1.3 大数据和现代编辑的关系

到目前为止，我国大数据技术大范围运用在新闻出版行业，对现阶段的编辑来说，既是机遇也是挑战。大数据带来的新的信息处理方法和快速多样的传播方式，对我国编辑出版过程中的编辑采集、策划、改编、重组等工作环节的造成了极大的影响。不仅如此，还对传统编辑的方法、意识带来了严重的冲击。同时，对我国新闻出版媒体来说，大数据方法和意识的使用，又是一剂“强心剂”，为此，必须要加强对编辑排版工作的要求。想要提升编辑新闻的质量和服务，就要掌握新的个性化推送、大数据分析、网络舆情分析数据等大数据手段，其次还要掌握新的大数据信息意识，从而提高服务质量。

2. 新闻出版编辑在大数据时代的意识变革

2.1 从单纯的信息加工到个性化信息推荐

传统的新闻编辑出版单位主要是以媒体为编辑方针，以出版单位的选题和发行部门的宣传主题等为背景，然后对编辑的内容进行修改完善、要点讲解、内容结构整合等。大数据时代的来临会促进互联网和移动终端的快速发展，同时个性化信息推荐编辑环节，将会成为一项新的课题。我们在对新闻内容进行编辑时，一定要考虑到用户的兴趣、爱好、习惯和频率等内容，对用户个人兴趣、个性化等进行信息化整合，最后进行推荐工作。

2.2 从采编分离到与各部门融合

采编分离工作是传统新闻出版中使用最频繁的方法之一。其用报社作为代表，建立一些相关部门，专门进行美编和责编工作，运用独立的记者和相关人员进行采访，不仅可以提高新闻生产效率、内容质量和新闻专业化，还能制止和杜绝有偿新闻现象的发生，进而推动报纸采编业务的发展。大数据时代的发展，使我国传统新闻出版单位进入了数字化阶段，如果还在使用传统的、独立的编辑方法，将会阻碍自身的发展。在编辑时，要加强与产品、设计、技术、市场等

部门的合作，进一步进行推广。其次，也要注重编辑部门的发展，加强人才培养工作。最后，也要适当地引进新型的数据团队和技术，提升数据分析能力，促进行业的发展。

2.3 从以“传者为中心”到以“用户为中心”

为了促进新闻行业的发展，我们推出了以“传者为中心”和以“用户为中心”的编辑思想。受到我国传统新闻出版编辑方式的影响，传播时无法更好地接收到用户的反馈，使一些问题依然存在。然而我们运用这种编辑思想可以更好地促进双方之间的联系，更好地接收用户的反馈，用“我说你听”的方式，对新闻进行大范围的传播，然后对收到的反馈内容进行处理整合，完善自身不足，使新闻内容更加符合民众口味。

3. 大数据时代现代新闻出版编辑的新素养

3.1 利用大数据来实现个性化推送

我国新闻出版编辑的首要标准就是利用大数据来实现个性化信息推送，在运用大数据进行推送时，我们强调的不是“为什么”的因果联系，而注重于“是什么”的结果。我们在对图书内容或者新闻内容进行整理、编辑时，一定要有针对性地推荐给读者，让其了解内容重点和表达的意思。我们在对内容进行编辑时，可以利用计算机建立一个兴趣图谱，让民众根据自己的喜好对内容进行选择，这样主动权完全掌握在了民众手中，可以更好地为民众提供优质的服务，同时也能够受到民众的好评和信赖。通过以上内容可以得出，在大数据时代推行个性化服务的重要性，不仅可以更好地促进行业的发展，还可以更好地为群众提供优质的服务，进一步体现群众为主的理念。

3.2 提升个人知识储备和职业责任感

编辑既是作者与群众之间联系的桥梁，也是在审核稿件的一道重要程序。一些新闻媒体或网站，为了吸引读者和群众的关注，经常制造一些虚假、悬疑的新闻内容，甚至有些内容与标题不符，不仅欺骗了受众的信任，还给新闻媒体造成了不良影响。在网络上对新闻内容进行编辑时，由于编辑者的专业知识有限、职业责任感不强，在发布时没有遵循新闻的真实性原则，从而出现了“悬疑”现象，这种现象一旦发生，迅速地被其他新闻媒体转载和报道，导致群众的反对意识比较强烈、呼声比较高，不久之后就被群众的理性和投诉所淹没，导致烂尾现象。为了减少这种现象的发生，我们在稿件和新闻内容审核时，一定要有较强的职业责任心，减少这种行为的滋生和发展。

3.3 洞察用户需求和提升内容策划能力

在以用户为中心的大数据发展时代，群众的体验和反馈对新闻媒体的发展和企业的发展有着决定性作用。在现阶段，编辑人员对客户的洞察分析和相关数据进行了修改和完善，成为了新的标准。像电视媒体的编辑，我们可以运用数字电视或智能电视的机顶盒，来对客户所有换的内容、喜欢的类型等数据信息进行收集，从而找到客户的喜好和兴趣。当我们了解了客户的口味和喜好之后，就可以对这些内容进行调整、编辑和策划，让客户看到更多自己想看的内容，从而实现节目内容的高效传播，提高节目收视率。我国曾经进行过这样的活动，像在2014年春节期间播出的《春节期间》。这个节目在播出前，曾进行了大范围的数据收集、分析、处理、整合等工作，其中播出的内容都是群众所关心的热门话题等，由此获得了大量的好评。通过以上内容可以看出，对用户的喜好进行洞察分析尤为重要，不仅可以提高新闻媒体的发展，也是现阶段编辑策划选题的新素养之一。

3.4 较强的网络舆情分析和引导能力

网络舆情在对大数据环境的内化过程和通过多媒体传播外化的过程中，其自身特性与大数据和多媒体两个主体的特征互相影响并融合。目前为止，我国“自媒体”信息技术发展迅速，我国公众参与社会管理和表达自身需求的意识也在不断提高。为此，在大数据时代，我国的新闻出版编辑应具有更加标准的网络客户需求分析和引导能力。

4. 结语

从理论到实践，大数据的发展给我国新闻出版行业的转型提供了良好的机遇。大数据的根本主要就是产生各种各样的信息，这就要求排版编辑必须顺应大数据这一时代背景，在编辑、校对、排版、印刷等生产和传播方式上，要用全新的理念来承担数据信息加工和传播工作，为新的读者群体和客户，提供绿色环保、准确快捷贴心的服务。媒

参考文献

[1] 狄野．大数据语境下数字内容产业发展的思维变革——以数字出版为例 [J]. 出版发行研究，2017（02）：39-41.

[2] 王婷婷．大数据时代传统出版业的转型思考 [J]. 商业经济，2017（04）：53-54.

[3] 陈文耀．试论大数据时代新闻出版编辑的新素养 [J]. 东南传播，2016（09）：142-143.

[4] 苗卉．大数据时代编辑理念的更新 [J]. 新闻爱好者，2013（07）：80-82.

[5] 刘峰．大数据时代的电视媒体营销研究 [D]. 华东师范大学，2014.

（作者单位：《人民法治》杂志社）